

Fachmittelschul-Ausweis 2021

Deutsch

Klassen: F3a, F3b, F3c

Examinator*innen: Ruth Kunz, Tobias Senn, Michael Strub

Anzahl Seiten
(ohne Deckblatt): 4

Inhalt: Themenauswahl Aufsatz

Anweisungen/
Erläuterungen: Dauer der Prüfung 240 Minuten

Hilfsmittel: Duden: Die deutsche Rechtschreibung
Wahrig: Wörterbuch der deutschen Sprache

Bewertung: Inhalt und Aufbau: 50%
Sprache und Stil: 50%

Bevor Sie mit dem Lösen der Aufgaben beginnen, kontrollieren Sie bitte, ob die Prüfung gemäss obiger Aufstellung vollständig ist. Sollten Sie der Meinung sein, dass etwas fehlt, melden Sie dies bitte **umgehend** der Aufsicht.

BEARBEITEN SIE EINES DER FOLGENDEN AUFSATZTHEMEN. SETZEN SIE EINEN EIGENEN TITEL UND SCHREIBEN SIE DIE AUFGABENNUMMER DAZU.

(1) Dialektische Erörterung: Digitales Lernen

- **Diskutieren** Sie in einem **argumentativen Text** (dialektische Erörterung) Chancen und Grenzen des digitalen Lernens für Jugendliche.

(2) Lineare oder dialektische Erörterung: Furcht

«Man braucht nichts im Leben zu fürchten, man muss nur alles verstehen.»
(Marie Curie)

- **Reflektieren** Sie in einem **argumentativen Text** (lineare oder dialektische Erörterung, Essay, Reflexion) von obigem Zitat ausgehend den Begriff der Furcht.

(3) Textgebundene Erörterung: digitale Zweiklassengesellschaft

- **Beurteilen Sie** in einem **argumentativen Text** (textgebundene Erörterung) die **Hauptaussagen des Autors** differenziert und **beziehen Sie** klar **Stellung**.

Wir sind Zapfstellen für die Online-Giganten

Die schöne neue Welt des Internets steht mittlerweile auch wenig Begüterten offen. Aber jeder bezahlt dafür. Von Evgeny Morozov¹

- 5 Erinnern Sie sich an die Zeit, als Google und Facebook ihre Portale noch nicht geöffnet hatten? Damals, in den 1990er Jahren, ist das Internet noch alles andere als ein Massenphänomen; vielmehr beschäftigt das Problem eines «digital divide»² viele Beobachter. Man befürchtet, dass eine neue Zweiklassengesellschaft entstehen könnte: mit jenen, die Zugang zum Internet haben, und jenen, die ausgeschlossen bleiben. (...)
- 10 Die Einnahmequelle der Provider sind einstweilen die Nutzungsgebühren; Zeit ist mithin die Währung der digitalen Ökonomie. Die Werbebranche dagegen macht mehrheitlich einen grossen Bogen ums Internet – zu unsicher und zu befremdlich scheint die Innovation. Demzufolge ist die digitale Ökonomie jener frühen Jahre rudimentär. Die Firmen, die Online-Dienstleistungen anbieten, kassieren ihre monatliche Gebühr; darüber hinaus schert es

¹ Evgeny Morozov ist Autor und Blogger. Er beschäftigt sich seit Jahren mit neuen Technologien und Medien, die er im Kontext von Ökonomie und Politik kritisch reflektiert.

² digitale Zweiklassengesellschaft

15 sie nicht, was wir online tun – genauso wie es einen Autoverleih nicht kümmert, wohin wir mit dem Mietauto fahren.

Daten statt Zeit

20 Im Mass, wie die Infrastruktur sich verbessert und Breitbandverbindungen die Norm werden, zeigt sich ein Paradox. Wir können nun surfen, soviel wir wollen – die Frage ist bloss: wohin? Das Internet ähnelt in jener Zeit dem Wilden Westen; es liegt allein beim Nutzer, in den ungezähmten Weiten Nützliches und Interessantes aufzustöbern.

25 Erst Google bringt Ordnung ins Chaos des World Wide Web, und Facebook liefert uns dann auch noch die ganz persönlichen Updates unserer Freunde und Kollegen. Die beiden Firmen machen auch den Werbern klar, dass Online-Dienste keine Eintagsfliegen sind, sondern vielmehr ganz neue Wege zu den Konsumenten erschliessen.

30 Mit dem Eintritt der Werbebranche wandelt sich auch die Währung der digitalen Ökonomie. Nicht mehr in Zeit oder Megabytes, sondern in unseren persönlichen Daten liegt nun das Wachstumspotenzial. Durch das Sammeln und Analysieren dieser Daten können potenzielle Kunden identifiziert und angepeilt werden, womit wiederum die Einnahmen pro Klick wachsen, die den Plattformen zufließen.

35 Das äusserst kompetitive Geschäft treibt Google und Facebook dazu, so viele Nutzerdaten wie möglich abzuschöpfen. Im Rahmen der Entwicklung von Projekten mit künstlicher Intelligenz (KI) werden die Daten später noch einen weiteren Verwendungszweck finden: Die Firmen nutzen sie mittlerweile, um ihre eigenen KI-Systeme zu trainieren, mit dem Ziel, nicht mehr allein von den Werbeeinnahmen abhängig zu sein. Zuvor aber haben sie alles getan, um ihre Domänen so aufzubauen, dass wir möglichst wenig Zeit ausserhalb ihrer digitalen Königreiche verbringen.

40 So werden Dienstleistungen entwickelt, die einerseits Suchtpotenzial haben und uns von einem Klick oder Scroll zum nächsten treiben und andererseits die Angebote derart ausweiten, dass sie unser ganzes Alltagsleben absorbieren. Google war einst lediglich eine Suchmaschine; heute ist das Unternehmen – via sein Mutterhaus Alphabet – auch in unseren Häusern, unseren Autos und bald schon in unseren Bäuchen präsent. Denn die Firma ist dabei, diverse Anti-Aging- und Wellness-Produkte zu entwickeln, etwa Pillen, die uns nutzbare Daten über unseren Gesundheitszustand verschaffen sollen.

45 Dieser Wandel der Währung im Online-Bereich – von Zeit zu Daten – hat recht interessante, wenn auch manchmal absurd anmutende Folgen. (...)

Menschliche Bohrplattformen

50 Denn faktisch bohren sich die Systeme der grossen Online-Dienste mithilfe ihrer Algorithmen, Filter und diverser cleverer Design-Tricks in unsere Psyche, um dort Fakten, Zusammenhänge, Sehnsüchte und Ängste abzusaugen, von denen wir vielleicht nicht einmal selber wissen. Aber damit wir sie preisgeben, muss unsere Aufmerksamkeit gefesselt und irgendeiner Aktivität auf der Plattform zugeführt werden: twittern, scrollen, Likes setzen.

55 Mithin ist das Gefühl von Erschöpfung, Zerstreutheit und Müdigkeit, das viele von uns nach einer Stunde Scrollen auf dem Smartphone empfinden, keine Illusion: Während dieser Stunde müssen unser Körper und unser Geist als Bohrplattformen herhalten, während

allerpersönlichste Daten tief aus unserem Unbewussten gezogen werden. Stellen Sie sich das als eine räuberische, übergriffige, von Grossunternehmen im industriellen Stil betriebene Psychoanalyse vor, die ohne unser, der Patienten, Wissen und Zustimmung geschieht.

60 Dieser Raubbau wird andauern, solange die Werbung das Herz der digitalen Ökonomie ist. (...)

65 Glücklicherweise ist es nach wie vor möglich, online zu gehen, ohne durch die von Google und Facebook errichteten Beobachtungs-Tunnels geschleust zu werden. Aber wie lange werden solche Schleichwege noch offenstehen? Viele Nutzer in Entwicklungs- und Schwellenländern können sich ihrer schon gar nicht bedienen, denn sie sind auf den «kostenlosen» Internetzugang angewiesen, den beispielsweise Facebook mit seinen Free Basics offeriert. Der aber funktioniert nur, solange die Nutzer ihre Online-Aktivitäten weitgehend auf Facebook und die dort angegliederten Dienste beschränken und alle Nachrichten und Informationen dort abholen.

70 Es zeigt sich, dass die digitale Ökonomie in dieser Hinsicht ein klares Zweiklassensystem schafft: Die Ärmeren haben kaum eine andere Wahl, als weiterhin als Gegenleistung für die gewährten Gratis-Dienstleistungen sich selbst als Daten-Bohrplattformen feilzuhalten, während die Wohlhabenden sich diesem System entziehen können.

75 Sie haben die Möglichkeit, auf Facebook zu verzichten, mit speziellen Smartphones ihre Privatsphäre abzuschirmen, jemanden einzustellen, der für sie Informationen zusammensucht, in ihrem Namen twittert, die Fake-News aus dem Angebot der Social Media herausfiltert und so weiter. (...)

Offline sein ist Luxus

80 Eines der grössten Paradoxe der digitalen Ökonomie besteht also darin, dass der «digital divide» heute ganz anders aussieht als in den frühen neunziger Jahren. Damals waren es die Reichen, die sich digital vernetzen wollten, und die Armen, die ausgeschlossen waren. Heute präsentiert sich die Situation gerade umgekehrt: Die Armen hängen so sehr im Netz fest, dass ihre Konzentrationsfähigkeit erodiert und ihre Scroll-Sucht wächst, während die Reichen es sich leisten können, einen Bogen um das digitale Chaos zu machen; stattdessen schicken sie ihre persönlichen Assistenten in die Regionen vor, wo die Gefahr der Verzettlung und das Suchtpotenzial am grössten sind. Digitale Abstinenz ist zum Luxus geworden; 85 dauernd online zu sein – zumindest zu den Konditionen, welche uns die digitale Ökonomie diktiert –, ist dagegen eine Belastung, die kein vernünftiger und autonomer Mensch freiwillig auf sich nehmen würde.

90 *Text: Evgeny Morozov, Wir sind Zapfstellen für die Online-Giganten, Neue Zürcher Zeitung, 25.09.2017.*

(4) Kreativer Text: Ohne Worte

- **Verfassen** Sie eine **kurze Erzählung**, die mit der Szene, die aus einem Comic von Boris Zatkan stammt, entweder beginnt oder endet.

(5) Kreativer Text: Wahrheit und Lüge

Wenn man sein Imperium auf einer Lüge aufgebaut hat, lautet das oberste Gesetz: *Vergiss die Lüge.*

Die meiste Zeit seines Lebens war Adrian Brooks gut damit gefahren, doch je älter er wurde, desto öfter holten ihn die Erinnerungen ein. Es gab Tage, da erschienen ihm Reichtum und Ruhm wie Hohn, und dann half es auch nichts, wenn er der Familie des armen George anonym Geld spendete oder eine Stiftung für junge Filmemacher gründete. Er war dabei, das Spiel um sein Gewissen zu verlieren.

Und als er nun am Fenster seiner umgebauten, dreistöckigen Villa im Zentrum San Franciscos stand und auf den Peugeot hinunterblickte, der gerade die Einfahrt hinaufgefahren kam, da wusste er, dass heute der Tag war, an dem er endlich die Wahrheit sagen würde.

Text: Benedict Wells: Die Wahrheit über das Lügen, 2016.

- **Schreiben** Sie die oben angefangene Geschichte in Form eines **kurzen Prosatextes** (z. B. Kurzgeschichte, kurze Erzählung) zu Ende.